

делопроизводственное, правовое и информационное обеспечение системы управления персоналом; оценку затрат на персонал, а также оценку экономической и социальной эффективности проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом; управленческий (в том числе кадровый) консалтинг.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров по управлению персоналом являются: службы управления персоналом организаций любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристической и других сферах деятельности, в том числе научно-исследовательских организаций; службы управления персоналом государственных и муниципальных органов управления; службы занятости и социальной защиты населения регионов и городов, кадровые агентства; организации, специализирующиеся на управленческом и кадровом консалтинге и аудите.

Бакалавр по управлению персоналом должен быть подготовлен к участию в организационно-управленческой и экономической, информационно-аналитической и проектной деятельности.

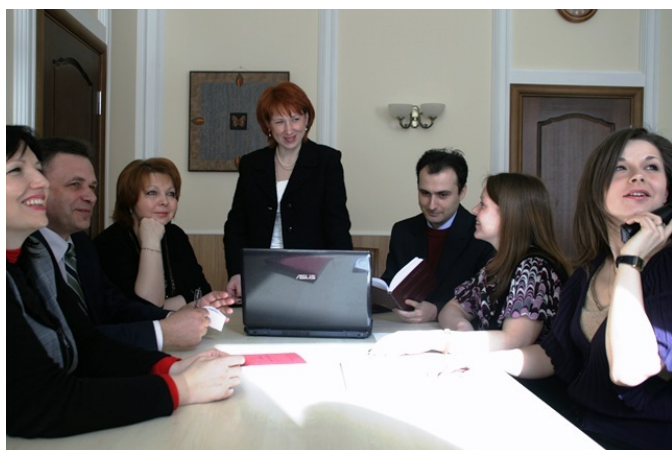
В процессе обучения изучаются следующие дисциплины гуманитарного, социального и экономического цикла: история, психология, социология, политология, правоведение, культура речи и деловое общение, экономическая теория и другие. А также профессионального цикла: основы теории управления, маркетинг персонала, управление персоналом, рынок труда, организационное поведение, организационная культура, психофизиология профессиональной деятельности, экономика и социология труда, конфликтология, документационное обеспечение управления персоналом и другие.

Для подготовки бакалавров по управлению персоналом по направлению **080400 Управление персоналом**, на кафедре изучают дисциплины:

- Этика профессиональных отношений;
- Управление трудовыми ресурсами;
- Организационное поведение;
- Трудовое право;
- Основы социального страхования;
- Социология и психология управления;

- Психофизиология профессиональной деятельности;
- Конфликтология;
- Мотивация трудовой деятельности;
- Организационная культура;
- Делопроизводство в кадровой службе др.

НАПРАВЛЕНИЕ - РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Область профессиональной деятельности бакалавра по рекламе и PR - коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности бакалавра по рекламе и PR являются государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

Основные виды профессиональной деятельности бакалавра по рекламе и PR: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная,

рекламно-информационная, рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая.

В процессе обучения изучаются следующие дисциплины гуманитарного, социального и экономического цикла: отечественная история, психология, социология, экономика, искусство и литература и другие. А также профессионального цикла: основы массовых коммуникаций, социология, психология массовых коммуникаций, организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, основы маркетинга, маркетинговые исследования и ситуационный анализ, основы интегрированных коммуникаций и другие.

Подготовка ведется с учетом современных методик освоения знаний, а также специфических особенностей будущей специальности. Так, студенты осваивают теорию и практику социального и психологического воздействия на потребителей, теорию мотивации к труду, методики изучения личностных черт и качеств.

Для подготовки бакалавров по рекламе и PR по направлению **031600 Реклама и связи с общественностью** на кафедре изучают дисциплины:

- Искусство и литература;
- Психология рекламной деятельности;
- Медиапланирование;
- Паблик рилейшнз;
- Психология и социология рекламной деятельности;
- Массовые коммуникации;
- Разработка и технология производства рекламного продукта;
- Интернет-реклама;
- Нейролингвистическое программирование;
- Брэндинг др.

